

Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak dan Pemeriksaan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kota Cimahi

Annisa Aulia, Eko Setyanto

Program Studi Akuntansi

Universitas Nasional Pasim Bandung

Jl. Dakota No.8A, Sukaraja, Kec. Cicendo, Kota Bandung

Email : liaauliaannisa3@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bermaksud untuk menguji pengaruh kepatuhan Wajib pajak dan pemeriksaan pajak terhadap penerimaan pajak reklame di Kota Cimahi. Populasi dalam penelitian ini adalah 94 orang WP reklame yang tercatat di Pemerintahan Kota Cimahi dengan teknik penarikan sampel memakai *proportional sampling method*. Metode pengumpulan data yang dipakai adalah observasi dan kuesioner. Metode analisis untuk penelitian ini dilaksanakan dengan memakai analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepatuhan WP & pemeriksaan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap penerimaan pajak reklame.

Kata Kunci: Kepatuhan Wajib Pajak, Pemeriksaan Pajak dan Penerimaan Pajak Reklame

ABSTRACT

This study aims to examine taxpayer compliance and examination of advertisement tax revenues in Cimahi City. The population in this study were 94 billboard taxpayers who were registered in the Cimahi City Government with a sampling technique using the proportional sampling method. Data collection methods used are observation and questionnaires. The analytical method for this research was carried out using multiple linear regression analysis. The results show that taxpayer compliance & tax audits have a positive and significant effect on advertising tax revenue

Keywords: *Taxpayer Compliance, Tax Audit, Advertising Tax Revenue*

1. PENDAHULUAN

Pajak Daerah, dikatakan Pajak, yakni iuran yang harus dibayarkan secara hukum terhadap wilayah terutang bagi individu yang bersifat memaksa bersumber pada UU, agar tidak menerima imbalan secara langsung serta diperlukan untuk kebutuhan Daerah bagi sebesar-besarnya kesejahteraan masyarakat (UU No 28 Tahun 2009 Tentang Ketentuan Umum serta Tata Cara Perpajakan, 2009). Diklasifikasikan menurut 2 kategori dari pajak daerah, ialah pajak Provinsi serta pajak Kota atau Kabupaten. Pajak reklame termasuk dalam Pajak Kota ataupun Kabupaten dalam UU RI No 28 Tahun

2009 tentang iuran Daerah serta Retribusi Daerah (UU No 28 Tahun 2009 Tentang KUP, 2009).

Pendapatan pajak yakni perolehan atas pendapatan daerah berdasarkan dari pajak untuk diberikan kepada WP individu maupun badan (Sibuea, Sinaga, dan Saragi, 2020)

Tabel 1. Pendapatan Pajak Reklame Kota Cimahi Periode 2016-2020

TAHUN ANG- GARAN	TARGET (Rp)	REALISASI (Rp)
2016	1.564.398.734	1.568.673.807
2017	1.715.772.595	2.134.111.358
2018	1.712.016.750	2.406.918.644
2019	2.209.522.607	2.408.147.250
2020	1.225.000.000	2.502.161.350

Sumber: Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah, 2020

Berdasarkan Tabel 1, pendapatan pajak reklame sejak periode 2016 sampai dengan periode 2020 meningkat setiap tahunnya dalam 5 (lima) tahun terakhir, yang menyatakan bahwa pajak yang diterima dari reklame cukup baik dalam melaksanakan realisasinya. Namun kondisi ini bertentangan dengan yang disampaikan oleh Sekretaris Bappenda Kota Cimahi, M Ronny menerangkan pada periode 2018, untuk pajak reklame tak tercapai target. Awalnya menargetkan Rp 2,844 M, tetapi hingga akhir tahun hanya terealisasi Rp 2,727 M (<https://www.rmoljabar.id>).

Selain itu Bappenda Kota Cimahi pada tahun 2020 melihat hasil evaluasi dimana masih ada WP reklame, yang memanipulasi jumlah objek pajaknya. Contohnya ada yang melakukan pemasangan reklame non permanen di 100 titik. Namun pada saat diperiksa di lokasi oleh petugas pajak, kenyataannya reklame tersebut lebih dari 100 titik (<https://diskominfoarpus.cimahikota.go.id>). Dimana dalam rangka pemeriksaan hingga penagihan petugas Bappenda Kota Cimahi pada tahun 2019 memasang spanduk peringatan pada sebuah reklame karena pemilik reklame tersebut belum membayarkan pajaknya (<https://limawaktu.id>).

Kepatuhan Wajib Pajak merupakan suatu kesadaran agar menjalankan kewajiban perpajakan untuk memberikan pajak dengan tepat pada waktunya selaras dengan UU pajak agar berperan dalam suatu negara (Tambun & Witriyanto, 2016). Sedangkan pemeriksaan pajak merupakan serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh fiskus selaras

dengan UU yang berperan agar memperhatikan pelaksanaan kewajiban perpajakan (Ningsih, Ketut, & Haqi, 2020)

Berdasarkan fenomena di atas, bahwa penulis tertarik agar melaksanakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak & Pemeriksaan Pajak Atas Pendapatan Pajak Reklame Pada Kota Cimahi”**.

Berdasarkan uraian diatas, maka terbentuklah identifikasi masalah yang ingin dijawab dalam penelitian ini ialah, Bagaimana pengaruh kepatuhan WP atas pendapatan pajak reklame di Kota Cimahi, Bagaimana pengaruh pemeriksaan pajak atas pendapatan pajak reklame di Kota Cimahi dan Bagaimana pengaruh kepatuhan Wp serta pemeriksaan pajak atas pendapatan pajak reklame pada Kota Cimahi

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Kategori penelitian yang dilakukan dengan memakai jenis penelitian deskriptif & asosiatif serta pendekatan kuantitatif. Metode deskriptif dipakai untuk menggambarkan/mendeskripsikan data untuk dapat terlihat dengan menentukan nilai mean (Zulkarnaen & Herlina, 2018) dan metode asosiatif ialah studi yang dipakai guna menentukan hubungan dari dua/lebih variabel (Zulkarnaen & Herlina, 2018), sedangkan pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan penelitian yang menggunakan bilangan-bilangan, mulai dari pengumpulan data, serta dianalisis dengan skala pengukuran statiska (Achmad Ihza Maulana Ibrahim & Muslimin, 2022).

Objek Penelitian

Objek penelitian yang akan dipakai oleh peneliti yaitu kepatuhan WP, pemeriksaan pajak & pendapatan pajak reklame yang tercatat di Pemerintahan Kota Cimahi.

A. Teknik Penarikan Sampel

Teknik yang dipakai yakni *proportional sampling method* ialah metode yaang menyediakan peluang yang setara untuk masing-masing kelompok populasi agar terpilih untuk dijadikan sebagai kelompok sampel (Simanjutak & Kasmirudin, 2017).

B. Metode Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi yakni metode pemungutan data untuk memiliki sifat secara karakteristik apabila dilaksanakan melalui metode lainnya (Setiawan & Steven, 2021).

2. Kuesioner

Angket yakni metode pemungutan data untuk dilaksanakan dengan mengajukan suatu pertanyaan yang disi secara tertulis yang diberikan untuk responden (Setiawan & Steven, 2021).

C. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang dipakai dalam penelitian yakni dengan memberikan kuesiioner untuk WP reklame. Selanjutnya, data akan dikerjakan dengan SPSS, oleh beraneka macam pengujian yakni Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas (Uji Kolmogorov-Smirnov), Uji Multikolinieritas, Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot), Uji Autokorelasi (Durbin-Watson), Analisis Statistik Deskriptif, Uji Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F serta Uji R^2

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian ini dipakai agar menghitung sah atau tidaknya pada suatu kuesioner. Suatu kuesioner disebut valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk menerangkan sesuatu yang akan dihitung oleh kuesioner tersebut (Suryoprato & Jaelani, 2022). Pada penelitian ini, untuk variabel kepatuhan WP r-tabel sebanyak 0,768, untuk variabel pemeriksaan pajak r-tabelnya sebanyak 0,805 serta untuk variabel penerimaan pajak reklame r-tabelnya sebanyak 0,555. Dimana dari hasil-hasil tersebut dapat diketahui r-hitung < r-tabel yang diperoleh ($df = 94 - 2 = 92$) adalah sebesar 0,202 dengan taraf signifikan ($\alpha = 0,05$). Artinya setiap beberapa atas pertanyaan dalam penelitian ini telah dinyatakan valid sepenuhnya

Uji Reliabilitas

Pengujian ini merupakan sarana untuk mengukur angket, dari hasil jawaban atas responden. Angket disebut reliabel apabila ungkapan individu yang menjadikan konstan

dari periode ke periode berikutnya (Wakhyuni & Andika, 2019). Dari penelitian ini, diketahui bahwa nilai *Cronbach-Alpha* variabel kepatuhan Wajib Pajak ialah 0,746, variabel pemeriksaan pajak adalah 0,869, serta variabel pendapatan pajak reklame adalah 0,910. Oleh karena itu kesimpulannya adalah untuk konsep reliabilitas pengukuran atas variabel penelitian ini sudah lebih besar dari kriteria uji reliabilitas, dan pada metode *Cronbach's Alpha* suatu alat ukur disebut reliabilitas yang baik jika koefisien yang didapat harus memperoleh $> 0,60$. Jadi dapat dilihat bahwa alat ukur yang digunakan dalam peneliti ini telah mencapai reliabilitas yang baik.

Uji Normalitas

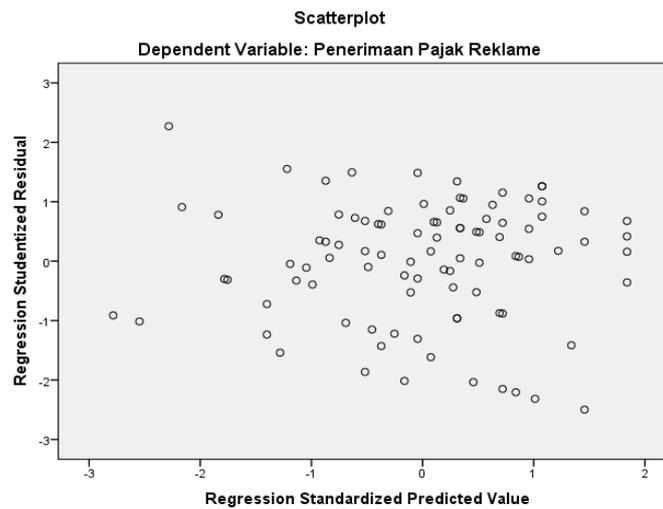
Pengujian ini dirancang agar membuktikan apakah variabel pengganggu / variabel residual mempunyai distribusi normal atau tidak (Wakhyuni & Andika, 2019). Jika distribusi data dapat dikatakan normal jika apabila probabilitas atau signifikan $> 0,05$. Menurut hasil *kolmogorov-smiirnov* diperoleh bahwa nilai sig uji kepatuhan WP, pemeriksaan pajak serta pendapatan pajak reklame $> 0,05$ ialah sebanyak $0,454 > 0,05$. Perolehan diatas disimpulkan bahwa data pada penelitian ini sudah berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tujuan uji multikolinieritas digunakan agar memperkirakan apakah suatu bentuk regresi didapati keberadaan pada korelasi atas variabel bebas. Multikolinieritas diperoleh dengan melihat Nilai VIF. Apabila *tolerance* lebih dari 0,1 & nilai VIF kurang dari 10 oleh karena itu, kesimpulannya adalah tidak terdapat multikolinearitas (Wakhyuni & Andika, 2019). Perolehan dari multikolonearitas mengungkapkan atas semua variabel bebas memiliki Nilai *tolerance* $0,958 > 0,1$ serta nilai VIF $1,044 < 10$, maka kesimpulannya adalah tidak terdapat multikolinearitas

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heroskedastisitas muncul ketika kesalahan dari model yang dicermati tidak mempunyai *variance* yang konsisten dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya (Ardian, 2019).



Gambar 1 : Hasil Uji Heteroskedastisitas (Diagram *Scatterplot*)

Seperti terlihat gambar 1 di atas bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas, oleh sebab itu tidak terdapat pola yang nyata, serta titik-titik telah menyebar luas dari atas kebawah angka 0 atas sumbu Y, maka dari itu dapat terlihat bahwa uji heteroskedastisitas telah terlaksana.

Uji Autokorelasi

Tujuan pada pengujian autokorelasi yakni agar didapati apakah pada bentuk regresi dijumpai korelasi pada kesalahan pengganggu atas periode t serta kesalahan pengganggu atas periode t-1 (sebelumnya) (Ghozali, 2021:162).

Tabel 2. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.738 ^a	.545	.535	1.58662	2.059

a. Predictors: (Constant), Pemeriksaan Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak
 b. Dependent Variable: Penerimaan Pajak Reklame

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

Menurut hasil pengujian autokorelasi diatas menunjukkan nilai DW yaitu 2,059. Dari nilai DW pada tabel, n (jumlah data penelitian) = 94 serta k (jumlah dari variabel bebas) = 2 menghasilkan dL = 1,621, dU = 1,707 dan 4-dU = 2,293. Kondisi ini sesuai

dengan kriteria DW, dimana $dU < d < (4-dU)$, yaitu $1.707 < 2.059 < 2.293$, menunjukkan tidak ada autokorelasi.

Analisis Statistik Deskriptif

Analisis ini dipakai untuk menganalisis data melalui cara menggambarkan data yang sudah terkumpul yang bisa dilihat dari perhitungan max, min serta standar deviasi, perhitungan presentase (Sugiyono, 2021:206).

Tabel 3. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Mini- mum	Maxi- mum	Mean	Std. Deviation
Kepatuhan Wajib Pajak	94	17	26	22.61	2.141
Pemeriksaan Pajak	94	26	37	32.41	3.644
Penerimaan Pajak Reklame	94	22	37	30.22	4.283
Valid N (listwise)	94				

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

Pada hasil diatas diperoleh statistik deskriptif adalah sebagai berikut:

1. Variabel kepatuhan WP mempunyai nilai min 17, nilai max 26, dan nilai rata-rata 22,61. Nilai rata-rata sebesar 22,61 yang mendekati nilai max memperlihatkan kepatuhan WP terhadap pendapatan pajak reklame cukup tinggi dalam menjalankan realisasinya.
2. Variabel pemeriksaan pajak mempunyai nilai min 26, nilai max 37, dan nilai rata-rata 33,41. Nilai rata-rata sebesar 33,41 yang mendekati nilai max memperlihatkan pemeriksaan pajak terhadap pendapatan pajak reklame cukup tinggi dalam menjalankan realisasinya.
3. Variabel pendapatan pajak reklame memiliki nilai min 22, nilai max 37, dan nilai rata-rata 30,22. Nilai rata-rata sebesar 30,22 mendekati nilai max yang artinya pendapatan pajak reklame cukup tinggi dalam menjalankan realisasinya.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini adalah sebuah alat untuk menjadi pengukur kapasitas hubungan untuk memperlihatkan arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat (Ghozali, 2021:145).

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.788	2.080		4.225	.000
Kepatuhan Wajib Pajak	.657	.078	.604	8.369	.000
Pemeriksaan Pajak	.203	.046	.318	4.404	.000

a. Dependent Variable: Penerimaan Pajak Reklame

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

$$Y = 8,788 + 0,657 (\text{Kepatuhan Wajib Pajak}) + 0,203 (\text{Pemeriksaan Pajak})$$

Berdasarkan persamaan tersebut, maka interpretasi setiap variabel sebagai berikut:

1. Nilai konstanta persamaan linier berganda sebanyak 8,788 yang dapat diartikan ketika variabel kepatuhan WP serta pemeriksaan pajak (nilai X1 dan X2) konstan atau tetap, maka variabel penerimaan pajak reklame tetap sebesar 8,788. Tetapi, penggunaan skala likert untuk penelitian ini dimulai dari 1 sampai 5, sehingga variabel X tidak mungkin 0
2. Nilai koefisien regresi variabel kepatuhan WP (β_1) sebanyak 0,657, memperlihatkan bahwa seluruh peningkatan Kepatuhan WP sebanyak 1% jadi dapat meningkatkan Kepatuhan WP sebesar 0,657. Sehingga didapatkan variabel Kepatuhan WP. Yang dapat diartikan, semakin sadar Kepatuhan dalam diri WP, maka akan semakin tinggi pula Pendapatan Pajak Reklame.
3. Nilai koefisien regresi variabel Pemeriksaan Pajak (β_2) adalah sebanyak 0,203, memperlihatkan bahwa seluruh kenaikan Pemeriksaan Pajak sebanyak 1% maka akan menaikkan Pemeriksaan Pajak sebanyak 0,203. Sehingga didapatkan variabel Pemeriksaan Pajak. Yang dapat diartikan, semakin banyak Pemeriksaan Pajak, maka akan semakin tinggi pula Pendapatan Pajak Reklame

Uji Statistik t

Tujuan dari pengujian t adalah agar memperlihatkan sejauh mana dampak sebuah variabel idependen secara perseorangan untuk menjabarkan variasi variabel bebas (Ghozali, 2021:148)

Tabel 5. Hasil Uji t

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.788	2.080		4.225	.000
Kepatuhan Wajib Pajak	.657	.078	.604	8.369	.000
Pemeriksaan Pajak	.203	.046	.318	4.404	.000

a. Dependent Variable: Penerimaan Pajak Reklame

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

Menurut hasil uji t di atas, kita bisa melihat nilai t-tabel yang didapat untuk setiap variabel. Demi mencapai pada suatu kesimpulan menerima / menolak H_0 , pertama-tama harus menentukan terlebih dahulu nilai dari t-tabel yang hendak dipakai. Nilai tersebut tergantung pada df dan tingkat sig yang dipakai. Serta menentukan tingkat sig 0,05 serta nilai derajat frekuensi $n-2$ ($94-2=92$), maka dapat diperoleh hasil nilai t-tabel adalah 1,662.

Berikut adalah hasil pengujian yang terdapat dampak dari masing-masing variabel bebas atas variabel terikat untuk Kota Cimahi:

1. Pengaruh Kepatuhan WP Atas Pendapatan Pajak Reklame

Menurut perolehan diatas didapatkan bahwa nilai t-hitung adalah 8,369. Jika ada perbandingan dengan nilai t-tabel yaitu $1,662 >$ atas nilai t-tabel, sehingga H_0 mengalami penolakan dan H_1 mengalami penerimaan. Oleh sebab itu, maka ditarik kesimpulan variabel kepatuhan WP mempunyai pengaruh sig atas pendapatan pajak reklame

2. Pengaruh Pemeriksaan Pajak Terhadap Pendapatan Pajak Reklame

Menurut perolehan diatas didapatkan bahwa nilai t-hitung adalah 4,404. Jika ada perbandingan dengan nilai t-tabel adalah $1,662 >$ atas nilai t-tabel, sehingga H_0 mengalami penolakan dan H_1 mengalami penerimaan. Oleh sebab itu, maka ditarik

kesimpulan variabel pemeriksaan pajak mempunyai pengaruh sig atas pendapatan pajak reklame.

Uji statistik F

Pengujian ini dirancang agar menentukan gambaran umum dari parameter, yang berarti seberapa besar variabel independen memberi dampak kepada variabel dependen (Ghozali, 2021:148)

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	274.566	2	137.283	54.535	.000 ^b
	Residual	229.079	91	2.517		
	Total	503.645	93			

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

Menurut bagan di atas terlihat nilai F hitung adalah 54,535. Nilai F-tabel untuk taraf sig 0,05 serta derajat frekuensi dari $n-k-1$ ($94-2-1=91$) adalah 3,10. Jika membandingkan nilai F hitung $>$ F tabel ($54.535 > 3.10$). Hasil persamaan $54,535 > 3,10$ ($F_{hitung} > F_{tabel}$), jadi H_0 mengalami penolakan dan H_1 mengalami penerimaan. Maka dari itu, dapat ditarik kesimpulan kepatuhan WP dan pemeriksaan pajak mempunyai pengaruh sangat signifikan atas pendapatan pajak reklame.

Uji koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2 yaitu suatu nilai yang menggambarkan bagaimana sebuah perubahan dari variabel dependen dapat dijabarkan oleh suatu perubahan dari variabel independen (Ghozali, 2021:147).

Tabel 7. Hasil R^2

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.738 ^a	.545	.535	1.58662

a. Predictors: (Constant), Pemeriksaan Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak

b. Dependent Variable: Penerimaan Pajak Reklame

Sumber: Hasil Olah Data Primer, 2022

Dari pengujian menurut bagan diatas didapatkan nilai R^2 untuk penelitian ini sebesar 0,545 atau 54,5%. Hasil diatas ditarik kesimpulan kepatuhan WP dan pemeriksaan pajak atas pendapatan pajak reklame adalah 54,5%, serta sisa lainnya adalah 45,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terdapat pada riset ini.

Pengaruh Kepatuhan WP (X1) Terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y) Di Kota Cimahi

Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS nilai t-hitung adalah 8,369. Jika ada perbandingan atas nilai t-tabel adalah 1,662 > atas nilai t-tabel, serta H_0 menagalami penolakan dan H_1 mengalami penerimaan. Oleh sebab itu, maka ditarik kesimpulan variabel kepatuhan WP mempunyai pengaruh signifikan atas pendapatan pajak reklame.

Pengaruh Pemeriksaan Pajak (X2) Terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y)

Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS nilai t-hitung adalah 4,404. Jika ada perbandingan atas nilai t-tabel adalah 1,662 > atas nilai t-tabel serta H_0 mengalami penolakan serta H_1 mengalami penerimaan. Oleh sebab itu, maka ditarik kesimpulan variabel pemeriksaan pajak memiliki pengaruh positif & signifikan atas pendapatan pajak reklame.

Pengaruh Kepatuhan Wajib Pajak (X1) Dan Pemeriksaan Pajak (X2) Terhadap Penerimaan Pajak Reklame (Y)

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan SPSS untuk melakukan perhitungan analisis regresi linier berganda, dan diperoleh nilai konstanta yaitu nilai koefisien regresi variabel Kepatuhan WP serta nilai koefisien regresi variabel Pemeriksaan Pajak serta persamaan regresi yaitu pendapatan pajak reklame = $8,788 + (0,657) X_1 + (0,203) X_2$. Oleh karena itu, tingkat signifikansinya adalah 0,05 serta derajat kebebasannya $df=n-k-1$ ($94-2-1=91$) adalah 3,10. Apabila membandingkan kedua nilai dengan nilai F hitung, >F tabel ($54.535 > 3.10$). Oleh karena itu diperoleh hasilnya bahwa secara simultan kepatuhan WP serta pemeriksaan pajak memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap pendapatan pajak reklame.

4. SIMPULAN

Pertama, menurut hasil pengujian t dapat diketahui untuk variabel kepatuhan WP mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada pendapatan pajak reklame di Kota Cimahi yaitu H_0 mengalami penolakan dan H_1 mengalami penerimaan. Yang dapat diartikan, semakin sadar kepatuhan dalam diri WP, menandakan tingginya pendapatan pajak reklame yang bisa dicapai, kedua menurut hasil pengujian t dapat diketahui untuk variabel pemeriksaan pajak terdapat pengaruh positif signifikan pada pendapatan pajak reklame pada Kota Cimahi yaitu H_0 mengalami penolakan dan H_2 mengalami penerimaan. Yang dapat diartikan, semakin tinggi pemeriksaan pajak yang dilakukan pemeriksaan, maka semakin tinggi pula pendapatan pajak reklame yang bisa dicapai dan yang ketiga, menurut hasil pengujian t dapat diketahui untuk variabel kepatuhan WP serta pemeriksaan pajak mempunyai pengaruh positif serta signifikan pada pendapatan pajak reklame di Kota Cimahi yaitu H_0 mengalami penolakan dan H_3 mengalami penerimaan. Yang dapat diartikan, kepatuhan WP yang tinggi serta pemeriksaan pajak yang baik dengan petugas pajak sehingga bisa mempengaruhi tingkat Pendapatan pajak reklame yang ingin dicapai.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Ihza Maulana Ibrahim, & Muslimin. (2022). Pengaruh E-Commerce, Ekspektasi Pendapatan, dan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Berwirausaha. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 14(1), 30–43. <https://doi.org/10.37151/jsma.v14i1.90>
- Ardian, N. (2019). Pengaruh insentif berbasis kinerja , motivasi kerja , dan kemampuan kerja terhadap prestasi kerja pegawai UNPAB. *Jurnal*, 4(2), 119–132.
- Bappenda Cimahi. (2019). *Tumben Reklame ini Nunggak Pajak Belasan Juta*. <https://limawaktu.id/>. <https://limawaktu.id/news/tumben-reklame-ini-nunggak-pajak-belasan-juta>
- Bappenda Cimahi. (2020). *Kejar WP Reklame Nakal, ini Strategi Bappenda Kota Cimahi*. <https://diskominfoarpus.cimahikota.go.id/berita/detail?id=80881>
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ningsih, N., Sunarta, K., & Fadillah, H. (2020). Efektivitas Pemeriksaan Pajak Dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan Pajak (Studi Kasus Pada KPP Pratam Depok Cimanggis) Periode 2015-2017. *Jurnal Online Mahasiswa*, 7(1).
- Pemerintah Kota Cimahi. (2020). *Profil BAPPENDA Kota Cimahi Tahun 2020*.

- Prabowo, D., Harimurti, F., & Sunarti. (2019). Pengaruh Sanksi Perpajakan, Pemeriksaan Pajak, Kepatuhan Wajib Pajak, Dan Kesadaran Wajib Pajak Terhadap Penerimaan Pajak Penghasilan. *Jurnal Akuntansi dan Sistem Teknologi Informasi*, 16(2), 188–199.
- RMOLJABAR. (2018). *Badan Pengelolaan Pendapatan Daerah (Bappenda) Kota Cimahi mencatat pajak reklame berada di bawah target*. <https://www.rmoljabar.id/3-pajak-cimahi-sulit-tercapai/>
- Setiawan, E., & Steven. (2021). Minat Beli Konsumen Di Bakso Kota Cak Man Magelang. *Jurnal Pariwisata Vokasi (JPV)*, 2, 34–41. <https://jurnal.akparnhi.ac.id/jvp/article/view/11>
- Sibuea, Y. S., Sinaga, K., & Sarag, S. (2020). Implementasi Program E-Filing Dalam Upaya Peningkatan Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Kantor Pelayanan Pajak Pratama Medan Barat. *Jurnal Publik Reform UND HAR MEDAN*, 7 (1), 53–70.
- Simanjutak, N. H., & Kasmirudin. (2017). Pengaruh Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan. *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*, 4(2), 1–14.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R7D*. Alfabeta.
- Suryopratomo, A., & Jaelani, E. (2022). Digital Marketing Pengaruh Digital Marketing Dan Pilihan Produk Dalam Pengambilan Keputusan Minat Membeli Konsumen Pada Marketplace Tokopedia. *JSMA (Jurnal Sains Manajemen dan Akuntansi)*, 14(1), 1–10. <https://doi.org/10.37151/jsma.v14i1.83>
- Tambun, S., & Witriyanto, E. (2016). *Pengaruh Tingkat Pemahaman Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak*. 1(2), 86–94.
- Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2009 Tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan. (2009). *Republik Indonesia*.
- Wakhyuni, E., & Andika, R. (2019). Analisis kemampuan, komunikasi dan konflik kerja terhadap kepuasan kerja karyawan pada PT. Mitha Sarana Niaga. *Jurnal Manajemen Tools*, 11(1), 271–278.
- Zulkarnaen, W., & Herlina, R. (2018). *PENGARUH KOMPENSASI LANGSUNG DAN KOMPENSASI TIDAK LANGSUNG TERHADAP KINERJA KARYAWAN BAGIAN STAFF OPERASIONAL PT PRANATA JAYA ABADI BANJARAN*. 2(2), 90–114.